

Sontium, il blend dedicato all'Isonzo

di Paolo Valente - 01 marzo 2018 © AisLombardia.It RIPRODUZIONE RISERVATA [Share](#) / [Save](#) [f](#) [t](#) [r](#)

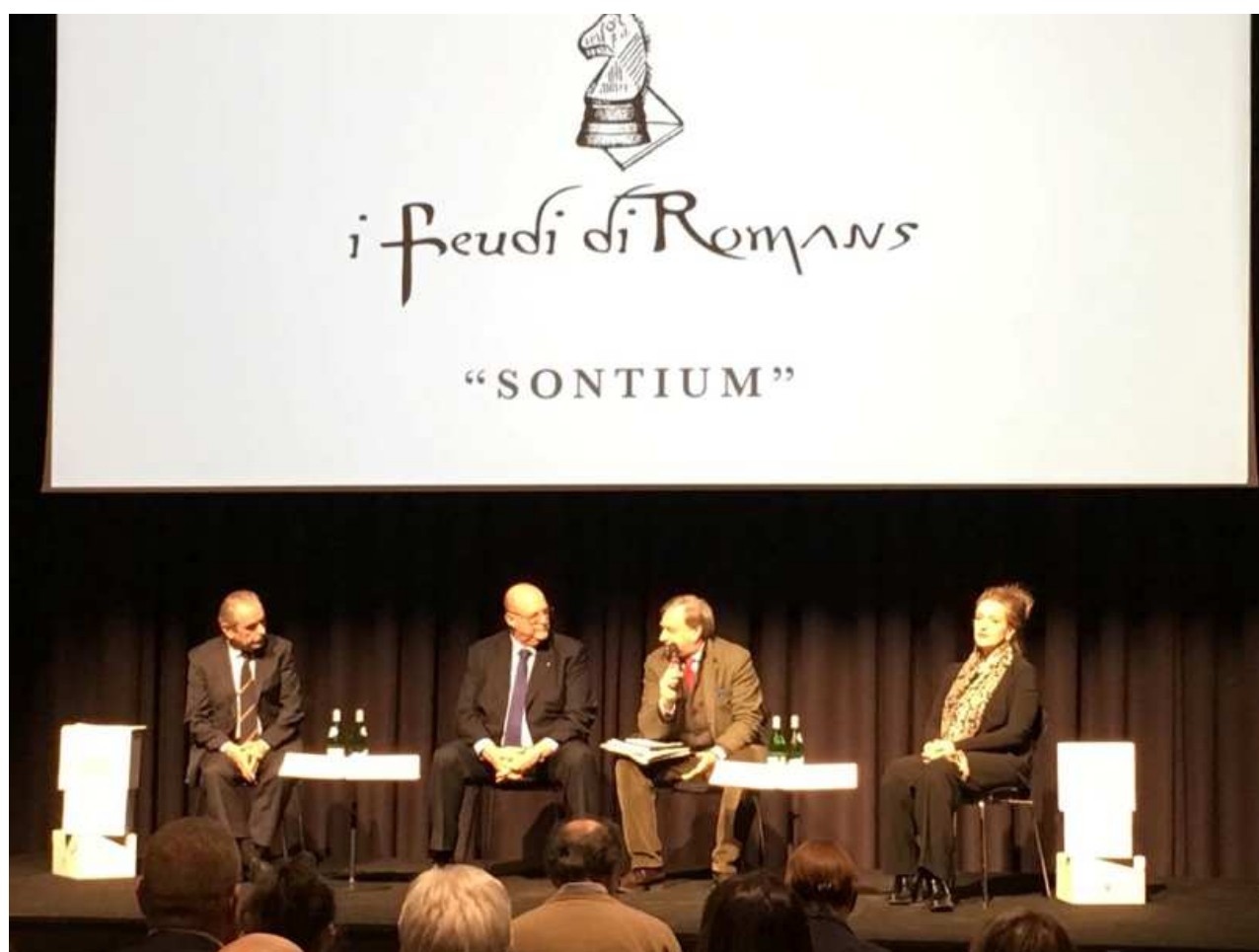
Martedì 27 febbraio 2018, Fondazione Feltrinelli: una tavola rotonda, con la presenza del presidente di AIS Lombardia Fiorenzo Detti, per celebrare la nascita di un nuovo vino, il “Sontium”, della cantina I Feudi di Romans, di San Canzian d'Isonzo a Gorizia.

Un argomento impegnativo, “**Il vino italiano nel mercato globale**”, ma di sicuro interesse e certamente non esauribile nello spazio di una tavola rotonda che ha avuto comunque il pregio di fornire spunti per successivi approfondimenti.

L'introduzione di **Alberto Schieppati**, direttore di Artù ed editorialista della rivista associativa Vinipius di Lombardia, evidenzia come l'identità e valorizzazione del terroir, insieme alla qualità globale dell'offerta, enoturismo compreso, siano fondamentali per lo sviluppo delle aziende vitivinicole.

Stimolanti i dati provenienti dalle ricerche realizzate dalla professoressa **Roberta De Sanctis** del Wine Management Lab della SDA Bocconi, ricerche che evidenziano come il mondo del vino sia in profonda trasformazione. Da un lato, l'export del vino cresce del 7% a valore (circa 6 miliardi di euro di giro d'affari) rispetto al 2016 e del 4% rispetto all'anno precedente, impiegando 1,3 milioni di persone lungo la filiera, dall'altro le aziende stesse percepiscono la necessità di consolidare ancor di più la propria posizione sui mercati globali attraverso scelte strategiche che consentano di proporsi al consumatore in modo chiaro e coerente.

È necessario implementare **un nuovo modello di business basato su tre pilastri**: varietà dei territori, lifestyle italiano e legame vino-cibo-turismo. La varietà dei vitigni e delle denominazioni deve rappresentare una ricchezza senza trasformarsi in complessità; lavorare quindi sul brand e costruire un'identità aziendale inserita nel territorio anche come contesto culturale. Il consumatore cerca il Lifestyle italiano, cerca esperienze basate anche su elementi del territorio, naturale, genuino. Ultimo punto l'interazione sinergica con il turismo e la gastronomia affinché il tutto possa divenire un'esperienza da vivere sul luogo; portando i turisti sul territorio si costruisce la memorabilità che, radicalizzata, condizionerà i successivi comportamenti di consumo.



Enzo Lorenzon, patron dell'azienda **I Feudi di Romans**, introducendo il nuovo vino, ricorda come il "Sontium" sia un progetto in studio già da alcuni anni e come nasca dalla collaborazione tra campagna e cantina. In vigneto si pratica una metódica selezione delle migliori uve pinot bianco, friulano, malvasia istriana e traminer aromatico mediante un importante diradamento per ridurne la resa incrementandone la qualità; la vendemmia, manuale, viene effettuata solo da personale esperto per garantire la raccolta solo dei migliori grappoli. In cantina il pinot bianco, che costituisce la quota maggiore, matura per dieci mesi in tonneau per metà nuove e metà di secondo passaggio acquisendo una delicata speziatura. Le altre tre varietà maturano in acciaio sulle loro fecce fini; dopo l'assemblaggio, un periodo di affinamento in bottiglia completa la fase produttiva.

«Con questa cuvée - spiega Enzo Lorenzon - abbiamo voluto rendere omaggio alla nostra DOC: Friuli Isonzo» Il "Sontium" è dedicato al fiume Isonzo, di cui ne porta il nome latino, che con il suo corso ci ha donato un territorio perfetto per la produzione dei vini. L'immagine riprodotta in etichetta rappresenta le sue acque limpide e chiare dal colore verde-azzurro.



Tra i partecipanti alla tavola rotonda, infine, anche Il presidente di AIS Lombardia **Fiorenzo Detti** che ha sottolineato come l'Associazione Italiana Sommelier sia un osservatorio privilegiato del comportamento dei consumatori e come sia, a fianco dei produttori, impegnata nella promozione del vino. Detti ha poi degustato proprio il Sontium. Un vino dal colore luminoso, giallo paglierino; il naso è invitante, di estrema finezza, ricco di emozioni con note di fiori e di frutta accompagnate da un soffio di spezie e completate da aromi citrini e da una vena aromatica di miele. In bocca pienezza di corpo e di struttura con una nota tattile che lascia la bocca pulita; gli aromi retronasali sono persistenti e coinvolgenti, in linea con quanto percepito al naso. Eleganza, freschezza e sapidità per una piacevolezza di beva che saprà donare emozioni anche nei mesi e negli anni a venire; sarà interessante scoprirne l'evoluzione che sicuramente porterà profumi ed emozioni nuove.